



中国

李白坚 著

出版文化概观

ZHONGGUO CHUBAN WENHUA GAIGUAN

20世纪中国出版文化丛书

广西教育出版社

20 世纪中国出版文化丛书

G230/7

中国出版文化概观

李白坚 著

广西教育出版社

RBD54/06

20 世纪中国出版文化丛书

中国出版文化概观

李白坚 著

☆

广西教育出版社出版

南宁市鲤湾路 8 号

邮政编码:530022 电话:5850219

本社网址 <http://www.gep.com.cn>

读者电子信箱 master@gep.com.cn

全国新华书店经销 广西民族印刷厂印刷

*

开本 850×1168 1/32 14.625 印张 插页 2 277 千字

1999 年 4 月第 1 版 1999 年 4 月第 1 次印刷

印数:1—2 000 册

ISBN 7-5435-2784-7/G·2113 定价:42.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与工厂联系调换

楔子

在上海虹口区的赤峰路上，有一家规模不大，但是颇为雅致的饭馆，题名为“小酌轩”。顺着题有“小酌轩”三字红匾额下的回廊往前走，三弯四转，便是饭馆的正门了。推开木门，便是正厅，占地却并不大，只容得下五六张八仙桌子。

东道请我在二楼，因此不及细看，立刻左拐，扶着带有桐油香味的白坯木楼梯扶手，上了楼。二楼也不甚高阔，只摆得四五张仿红木圆桌。我刚刚落座，就被似乎尚是石灰泥墙上的几幅镜框画吸引住了，复又站起来，朝那挂件走去。

那是黑漆的大镜框，品类一般，无甚惹眼

处，奇的却是里边的印刷品，不是水墨花卉，也不是油画肖像，却是几十年前的一张旧报纸——已经旧得发黄了，却保存得完好如初。

这是一张 30 年代的《申报》，油墨开始淡去，字迹倒还清晰。第 1 版上刊载的几乎全部是广告，其中有产品广告、娱乐广告、结婚广告、寻人广告，不一而足。第 2 版登的才是本地的社会新闻。



旧上海的《申报》首页

我略退一步，使眼前的字迹显得模糊。立刻，那白底黑字竖排的版面，那由上下组合而不是左右排列的由于段落而造成的空白，给早已看惯了横排线条的我一种异样清新的感觉，令人想起计白当黑的水墨画所表现的，如王朝闻所说的“以一当十”的气魄，又仿佛是因了两种简单色调的矛盾冲突，呈现出不协和音韵的现代意味的抽象画。

见我在观赏这幅旧报纸，朋友们也都围拢过来，你一言我一语，竟产生了极大的兴趣，仿佛在欣赏一幅名人的字画。

是的，这张旧报纸确实富有与字画等艺术品同样的美感，使观者陶醉了。

我们又把视线移到了对面墙，那里挂着的是一幅地道的香烟广告月份牌，做的是美丽牌香烟广告。上面画的是一位身着旗袍、留着刘海、烫着短发的美女，套红印的樱桃小嘴，甚是可爱。那粉白的瓜子脸，弯如新月的眉毛，令人想起 30 年代的名演员胡蝶……我们又围着细细品味，反而冷落了已经放在桌子上的七八个拼盘。

看来，这张 60 年前的套色广告月份牌也富有与字画等艺术品同样的美感，使观者感受到一种特别的文化气息。

我本来就对这类出版物情有独钟，这时，索性沿着四墙，一幅幅地欣赏起那十几件挂在墙上的陈年出版物来。越看越爱看，越看越想看，我仿佛已经被笼罩在传统的出版文化的氛围之中。

美麗

請來煙無備皆

幽伴麗美枝一



華成煙公司出品

美麗牌

聞中良友頃刻不離

有美皆備

無不備



華成煙公司出品

美麗

有美皆備

聞中良友頃刻不離



華成煙公司出品

美麗牌

華成煙公司出品

欣賞不止

有美皆備



華成煙公司出品

旧上海香烟广告

中外一致欣賞



菸達爾

品出司公煙城金國英

英國金城煙公司香烟廣告



上海華生電器製造廠華生電扇廣告



圖書雜誌廣告

旧上海書報廣告

当我们再回到桌边时,服务员送来的菜单又引起了我们极大的兴趣。菜单的封面印成了古线装书的模样,古朴而淡雅。翻开里页,宣纸上印着指尖大小的仿宋版的木刻字。手捧着这本菜单,真是“未尝滋味先有情”。

为什么一张极其普通然而年代久远的印刷品能撩起人们如许的美感呢?为什么一份几十年前的旧报纸会营造出一种文化的氛围呢?为什么俗到底了的菜单一印成线装书的模样,就仿佛身价倍增了呢?为什么在一家普普通通的饭馆里,装点上这些陈年的出版物,就使人感到一种高雅的气息呢?

也许,在这家小小的饭馆里,营造的正是出版文化所带来的氛围。什么是出版文化?出版文化有哪些特点?也许,在这家小小的饭馆里,我已经嗅到出版文化之花散发出来的芬芳。

我想,我之所以观赏旧报纸而感到一种审美的愉悦,首先得力于这张出版物的外在形式。

你看,它是用机器印刷的,微微透露出二三十年代早期印刷的粗糙与低劣。正是这粗糙与低劣,给予人们一种历史的沉积感。正是在这墨迹的漫漶、笔画的断续、油墨的浓淡中,我们触摸到岁月的锈迹斑痕,正如我们欣赏一件残缺不全的陶器或者有着缝隙的青铜器,也能感觉到时间在器物上的无声徜徉一样。

出版文化的审美价值,存在于出版物之中。在出版物里,蕴藏着人的力量和人的感情,从出版物的载体——纸张到它的装订、包装与印刷,从出版物的图文到它的文字所包含的内容,无

不表现出一种人的本质力量,无不体现出一种人化的自然,这也许就是马克思所说的“人的本质力量的对象化”。

通过出版物,沟通了人与人之间的感情,也沟通了人与人之间的思想,人本身所具有的美的内在精神,通过出版物变成了可见、可闻、可感的现实。这,大概是出版文化最具魅力的地方。

其次,在于这件出版物具有的文字的内涵。

在这张报纸上,印刷的是中国的汉字。汉字本身,又带给我们诸多的信息。从文字的内容上,我们看到了那个时代的政治、经济和文化的记载,而这些记载就是一种文字的历史,它所展示的正是彼时彼地的文化精髓。

文字是一种特殊的文化,是一种使他种文化能够得以转化、记录、储存、传播的东西。文字往往具有这样一种特殊的功能,它能让许多种类的物化形态,一旦经过它的渲染和点缀,立即产生一种意想不到的神韵,以至于出现画龙点睛的效果。

所以,中国的园林,在花式的门洞上总要题上几个雅名;在亭台楼阁的里面,也会挂上几幅对联。小到茶壶,必然在壶肚子上刻几个风雅字句;大到山崖峭壁,总少不了雄劲的书法来一个提纲挈领。当初贾宝玉被他严格的父亲逼着题写新落成的大观园匾额,似乎最能体现这种文字赋予的风雅情趣。

出版文化,其主要成分恰恰就是文字,这使得出版文化在所有文化形态中独领风骚,使得一切只能借用三两文字进行略略修饰的文化品类相形见绌。文字在出版文化的庇护之下,淋漓尽致地抒发着它的千种风情,毫发不爽地交织着人们的思想感

情、笑貌音容。而出版文化却在文字的武装之下，饱蘸着历史的沧桑，喷涌着现实的力度。作为一种文化的文化，出版文化吐纳文化之精华，包容情采之细末——朝晖夕阴、气象万千！

是的，这份陈旧的报纸，还使我们产生了不尽的联想。因为是出版物，我们会想到出版家，由出版家，我们会想到出版社、出版商、出版物的装帧、出版物的批判，以及出版物得以流通的书摊、书铺、书店、书城等等。

你可能会说，由一件普通的商品，你也会想起它的发明者，它的生产厂家，甚至于出卖那件商品的商店来的。但是我要说的是，一件普通的商品与一件出版物，其人化内涵的深度和广度是有所不同的，此中有文野之分和雅俗之别。出版物给我们以审美的刺激，我们的精神，在出版物的面前得以升华与充分的表露；出版物给我们以充分想象的天地，我们的意念，在出版物的指引下出现思接千载、视通万里的效果。

一张旧报纸，就带给了我们如许的文化沉醉与感情波澜，更何况浩如烟海的书山报海哉！

多年前初涉出版文化，就使我惊叹于她的汪洋浩瀚和曼妙无穷。现在，突然接到中宣部的稿约，要我担任“20世纪中国出版文化丛书”中的一本——《中国出版文化概观》的撰写工作，真有点茫然不知所措……看到这个题目，最先使我想到的就是，什么是出版文化？出版文化包括哪些内容？

现在是一个充满“文化”的时代，任何事物都以冠上“文化”二字为时尚。茶有“茶文化”，饮食有“饮食文化”，服装

有“服装文化”，园林有“园林文化”，更不用说“鞋文化”、“帽文化”、“烟文化”、“酒文化”了。以上几个方面的文化，似乎都已经出现过了与此相关的文化节，惟独出版文化，倒是少此殊荣，好像也没有举办过什么出版文化节。

此刻，我突然想起华君武先生的一幅漫画，画的是一位冬烘拿着放大镜在翻一本很大的书。最有趣的是一旁的题词：“西瓜节、芝麻节都找到了，就是找不到鸡毛节和蒜皮节。”

可惜的是，人们在研究“西瓜文化”和“芝麻文化”的时候，恰恰忘记了文化的文化——出版文化。

我想：也许，出版是太具有文化的气息了，出版是太包含文化的本质了，以至于我们说到出版，讲的就是文化，我们谈到文化，就少不了出版；也许，出版文化是太包罗万象了，出版文化是太“无微不至”了，以至于我们都不再感觉到她的存在，就好像不大去注意氧气的存在一样。出版文化，以她的精深博大，令我们叹为观止，我们已经用不着冠以出版文化节来为出版文化张目，正如已经学富五车的人，反而不喜摆出有学问的模样。

现在正处于世纪之交，各行各业都有总结 100 年来的历史、一论世纪变化短长的愿望。如果要谈文化，如果要论短长，恐怕出版文化是最有资格，也是最有内容可资研究的门类了。

然而，究竟应该怎样写好这本书，完成好这个任务，却使我夜不能寐，主要就是没有找到表现契机。出版文化的领域太

宽广了，出版文化的线索太纷繁了，出版文化的历史太悠久
了，出版文化的参与者太复杂了，出版文化的构成又太多层
次、太多样化了。我一时找不到出版文化的切入口，就好像手
捧一个变化多端的魔方，不知应该首先转动哪一个机关。

从“小酌轩”回来，我忽然想到，出版文化，岂不就是出
版物隐含的历史文化背景？岂不就是出版物所体现的人文精
神？岂不就是出版物凝聚的科学文化状态？岂不就是出版物所
汇合的总的知识文化人格？岂不就是某时某地的思想文化的物
化过程？岂不就是出版物作用于读者或欣赏者的审美情绪？

由此再度深入，我觉得，20 世纪的中国出版文化似乎可
以从以下几个方面进行研究和把握。

出版文化，就是伴随着出版活动所产生的有关文化形态。
因此，举凡出版的文化人（出版家、编辑、著作人），出版的文化传
统（出版的文化积淀、出版事业内在的文化指向），出版物的外在
审美方式（出版物为什么是美的、人的本质力量的对象化怎样在
出版物中得到了表现、出版物的包装），出版的文化活动（编辑工
作、读书活动、书展、书评），出版的文化积累（各类以文化积累为
目的的书籍的出版），出版文化的商业化问题（前 50 年与后 50
年的发展、变化），编辑的文化素质（应该具有什么样的素质），出
版文化与他种文化的关系（是一切文化的包容和条理化、历史
化），出版的亚文化（由出版文化所派生出来的其他类型的独立
文化），100 年来出版文化的特殊现象，有代表性的书籍对整个
历史和舆论的作用等等，都属于出版文化所涉及的内容。

若从以上几个方面把握 20 世纪的中国出版文化,我想我大概可以落笔了。

目 录

楔 子.....	(1)
----------	-----

第一章 你从雪山走来 你向东海奔去

——中国出版文化的走向	(1)
-------------------	-----

第二章 能在胸中存读众 孜孜矻矻味弥甘

——中国出版文化的优良传统	(41)
---------------------	------

第三章 铁肩担道义 妙笔著文章

——中国出版文化人	(85)
-----------------	------

第四章 向海外敞开大门 朝内地辐射影响

——中国出版文化的中心：上海	(150)
----------------------	-------

第五章 书饰,审美的传媒 书评,理性的论断

——中国出版文化的亚文化 (217)

第六章 当年一滴“言情”泪 至今犹挂在腮边

——中国出版文化现象 (300)

第七章 维护创造的权利 保障精神的作品

——中国出版法权文化 (347)

第八章 扎扎实实的追求 世纪之末的突破

——中国出版文化研究评述 (392)

结 语..... (434)

后 记..... (445)

第一章 你从雪山走来 你向东海奔去

——中国出版文化的走向

本章提纲:

中国出版文化是一条精神的长江,倘若把百岁的商务印书馆看作顺流而下的船只,则研究商务印书馆在这段江流中的“航程”,便能昭示 20 世纪这段“长江”的正确走向。综观百年商务印书馆成功发展的轨迹,有两点特别发人深省:1. 以商为本,以市场经济为方向。2. 以文化的视角看待出版事业,以普及和提高中华民族的文化水平为己任。通过解剖商务印书馆这只“麻雀”,使我们看到整个 20 世纪的出版文化,也有两个相似的问题可资研究:1. 中国出版文化朝着市场经济方向发展的问題,即承认书籍是商品,书籍的生产是商品的生产,并将出版文化放到市场经济的制约下去发展。2. 观察和处理出版文化问题的两种视角。由于 20 世纪前 80 年中国的特殊国情,对出版文化的观照具有两种不同的视角:第一种是意识形态的视角,第二种是文化的视角。意识形态视角的阶级性,使出版文化作出了历史性的革命贡献;文化视角的包容性,又使出版文化促进了现实性的民族文化水平的提高。